

ACTUALITÉS RÉGIONALES à l'export



N°27 MAI 2013

EN RÉGION CENTRE

édito

Marie-Madeleine MIALOT
Présidente de CENTRECO



Alors que la balance nationale des échanges commerciaux affiche pour 2012 un nouveau déficit commercial de 67 milliards d'euros, certes moindre qu'en 2011, celle de la région Centre demeure excédentaire avec un solde de 1 milliard d'euros, en forte hausse comparée à 2011. Nous ne pouvons que nous réjouir de cette croissance d'autant que celle-ci est la plus importante au plan national : + 115 %.

11 des 22 régions métropolitaines affichent un solde excédentaire, le plus important étant celui de Midi-Pyrénées avec 15 milliards d'euros d'excédent à mettre au crédit de sa filière aéronautique. Seule la région Centre voit son solde commercial si fortement progresser en 2012, les autres régions affichant soit un léger déficit, soit des hausses de 10 à 40 %.

Pour autant, nous devons maintenir nos efforts. La région Centre est devenue — à la demande du gouvernement — pilote des actions à l'export sur le territoire régional, rassemblant ainsi tous les acteurs publics à l'export.

Nos entreprises régionales exportent trop souvent en Europe, alors que les marchés en croissance sont souvent bien plus éloignés. C'est la raison pour laquelle ces dernières semaines, CENTRECO-Centrexport a accompagné des TPE et PME de la région en Turquie, au Moyen-Orient ou encore en Chine. D'ici la fin de l'année, des actions collectives seront organisées vers le Grand Export aux États-Unis en Russie, à Hong-Kong ou encore en Corée du Sud. Autant de marchés aux besoins très importants que nos entreprises régionales pourraient satisfaire.

ZOOM SUR

2 La Turquie
CENTREXPORTE

3 Nouveautés 2013

4 SYNERGIES

FOCUS SUR

5 L'emballage

6 SATEONO ET
HUARD-CHARTRAIN
CENTREXPORTE

7 PROGRAMME 2013

8 BRÈVES
DE L'ÉCONOMIE

COMMERCE EXTÉRIEUR

Le commerce extérieur en région Centre

La hausse des échanges internationaux de la région Centre, constatée depuis fin 2011, s'est poursuivie à un rythme soutenu tout au long de l'année 2012. Ainsi, le commerce extérieur de la région affiche un solde commercial largement excédentaire, en hausse de 115 % comparé à 2011.

✓ Le deuxième semestre 2012 n'a en rien freiné le rythme de la croissance des échanges internationaux de la région Centre, déjà soutenu au premier semestre. L'année 2012 affiche ainsi près de 19 milliards € de recettes à l'exportation et près de 18 milliards € d'achats à l'importation. Mais ce qu'il faut retenir, c'est l'excédent commercial régional qui atteint 1 milliard € contre 469 millions € à fin 2011, retrouvant le niveau de 2008.

Un rythme régional en dissonance avec le rythme national

En matière d'échanges internationaux, la région Centre vit un rythme en fort contraste avec la situation observée au plan national. Pour l'année 2012, les exportations régionales croissent de 12 % alors qu'en France la croissance

n'est que de 3,1 %. Les importations régionales s'envolent à + 9,7 % alors que leur progression en France n'est que de 0,9 %. Enfin, le solde régional est bénéficiaire et représente 27 % du total des échanges, alors que dans le même temps, la balance commerciale nationale affiche un déficit record de 67 milliards € en léger repli comparé au déficit historique de 74 milliards € de 2011.

Au plan national, l'évolution des exportations subit les contre-performances des secteurs automobile et agroalimentaire, alors que le secteur aéronautique connaît une année record de vente. L'industrie pharmaceutique, quant à elle, renoue avec la croissance et les produits de luxe se maintiennent à la hausse.

2012 enregistre également un fléchissement notable des échanges avec l'Union européenne alors qu'ils progressent fortement avec les USA et l'Asie.

La région Centre réalise 50 % de ses exportations avec 3 « secteurs »

L'exportation de produits pharmaceutiques, de produits cosmétiques et de machines et équipement d'usage général représente 51,3 % des exportations régionales. Les seuls produits pharmaceutiques pèsent pour près de 28 % des exportations régionales et leur exportation a augmenté, en valeur, de près de 34 % en 2012.

ZOOM sur... la Turquie



Par sa position géographique, à la croisée de deux continents, la Turquie est un carrefour d'échanges économiques, culturels et religieux entre l'Orient et l'Occident. Candidate à l'adhésion à l'Union européenne depuis 1987, elle a signé un accord d'Union douanière avec l'UE en 1995 qui a permis de définir un nouveau cadre économique et politique des relations turco-européennes.

Une économie vigoureuse

La Turquie est la 1^{re} puissance économique du Moyen-Orient (devant l'Iran et l'Arabie saoudite), la 5^e puissance économique d'Europe et la 16^e puissance économique mondiale. Son économie présente beaucoup de caractéristiques d'une économie dynamique et stable, bien intégrée dans l'économie régionale et mondiale. Elle a connu au cours des dernières années une croissance forte même si après une progression de 8,9 % en 2010 et 8,5 % en 2011, son PIB a augmenté de seulement 1,1 % en 2012. Sa vitalité s'explique notamment par la taille de son marché intérieur (75 millions de consommateurs dont le pouvoir d'achat augmente) et par un taux d'investissement important. Seuls points noirs au tableau, un taux de chômage élevé et un taux d'inflation qui frôle régulièrement les 10 %.

Une industrie manufacturière compétitive

L'étude de l'évolution des structures productives de la Turquie depuis le début des années 90 fait apparaître un lent déclin du secteur agricole, au profit d'autres activités plus performantes, même si l'agriculture emploie encore 35 % de la population active et contribue pour 14 % au PIB.

Les deux principaux atouts de l'économie turque sont aujourd'hui l'industrie manufacturière et le secteur du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration. Le secteur manufacturier est le plus important exportateur de marchandises du pays. L'industrie textile (principal employeur du pays) s'est hissée au 5^e rang mondial et le secteur automobile occupe la 2^e place dans les exportations de marchandises depuis 2000, place occupée jusqu'alors par le secteur agroalimentaire.

Le tourisme est également une activité dynamique qui s'appuie sur un potentiel balnéaire et touristique considérable et diversifié. La Turquie, avec 31,5 millions de touristes accueillis en 2011, se place ainsi au 7^e rang mondial des destinations touristiques.

Une forte attractivité pour les investissements étrangers

Autre facteur de bonne santé, la Turquie bénéficie d'une forte attractivité pour les investisseurs étrangers. L'Europe, grâce à sa proximité géographique et à l'étroitesse de ses liens commerciaux, est le premier investisseur direct avec

Istanbul, la basilique Sainte-Sophie



près de 80 % du stock d'investissements réalisés.

Près de 400 entreprises françaises, dont plus de la moitié des entreprises du CAC 40, sont présentes en Turquie où elles emploient 100 000 personnes. Ces investissements, très variés — banque, assurance, grande distribution, transports, énergie... — sont le plus souvent des investissements de production, voire de haute technologie. Deux exemples remarquables illustrent cette forte valeur ajoutée de la production française en Turquie : Renault est la première entreprise exportatrice du pays et Alstom possède à Gebze sa plus moderne usine au monde de transformateurs électriques.

Un marché trop peu exploité par les entreprises de la région

La Turquie est le 22^e pays client Export des entreprises régionales et le 19^e pays fournisseur. Le volume d'échanges est faible, 316 millions en 2012, soit 0,9 % des échanges régionaux. Alors que la Turquie a connu une croissance soutenue ces dernières années, le volume des exportations régionales n'a cessé de baisser : - 13,4 % depuis 2010. Alors, pour développer ce marché, CENTRECO-Centrexport a participé avec des entreprises régionales, et pour la première fois, au salon de l'industrie ferroviaire EURASIA RAIL à Istanbul. Une belle opportunité pour promouvoir l'industrie ferroviaire de la région Centre et profiter d'un marché en pleine croissance.



Istanbul, vue du Bosphore

chiffres clés

Population : 75,6 millions habitants en 2012
PIB : 783 mds \$ en 2012, en croissance de 1,1 %
Taux inflation : 8,9 % (2012 estimation)
Taux de chômage : 11,9 % (2011)
Échanges commerciaux France /Turquie (2012)
Export : 6,9 mds € / Import : 5,7 mds €
Échanges commerciaux Région Centre / Turquie (2012)
Export : 160,7 millions € / Import : 155,5 millions €



Flashez ce QR Code pour retrouver nos zooms sur l'étranger

LES NOUVEAUTÉS 2013 de CENTRECO-Centrexport

De janvier à mars, CENTRECO-Centrexport a organisé 15 des 50 actions collectives inscrites à son programme 2013. Parmi elles, 4 sont totalement nouvelles : SIRHA à Lyon, EURASIA RAIL à Istanbul, Art de Vivre à la Française à Riyad et une mini-exposition itinérante des Vins de Loire en Chine. Si cette dernière est évoquée dans notre article « Opérations séduction des Vins de Loire en Chine » (page 4), nous vous présentons les autres manifestations.



SIRHA, salon mondial de la restauration et de l'hôtellerie (26 au 30 janvier à Lyon)

Cela fait 30 ans déjà que le SIRHA accueille les professionnels du monde entier de la restauration et de l'hôtellerie, mais c'est la première fois en 2013, que CENTRECO-Centrexport y organise un stand « Région Centre ». 7 PME de la région y ont participé pour rencontrer les 185 450 visiteurs de

138 pays qui se sont rendus dans la capitale mondiale de la gastronomie ! Bien qu'international, le SIRHA 2013 fut fortement teinté aux couleurs de la France car, lors de ce salon, furent organisés le concours du Bocuse d'Or et la Coupe du monde de la Pâtisserie, tous deux gagnés cette année par des français.



EURASIA RAIL, salon de l'industrie ferroviaire (7 au 9 mars à Istanbul, Turquie)



Pour la 3^e année consécutive, s'est tenu à Istanbul, le salon EURASIA RAIL, considéré comme le salon référent au Moyen-Orient pour l'industrie ferroviaire. Pour les 4 entreprises de la région exposantes sur le stand collectif régional de CENTRECO-Centrexport, il s'agissait de faire

connaître aux opérateurs turcs leurs produits et savoir-faire. L'enjeu : participer au développement du transport ferroviaire que la Turquie engage. 30 milliards d'euros, en effet, sont inscrits pour moderniser le réseau conventionnel et construire 10 000 km de lignes à haute vitesse.

ART DE VIVRE À LA FRANÇAISE, exposition de produits de décoration (31 mars au 3 avril, Riyad, Arabie saoudite)

Après Moscou, New York et New Delhi, l'exposition « Art de Vivre à la française » s'est tenue fin mars dernier à Riyad, en Arabie saoudite. Cette exposition itinérante, organisée par UBIFRANCE, avait pour objectif de faire connaître aux Saoudiens le savoir-faire français dans le domaine de la décoration et de l'art de vivre. Pendant deux jours, les produits d'entreprises françaises, dont 4 de la région Centre, ont été mis en scène à travers une scénographie originale.

Le marché saoudien offre de réelles opportunités d'affaires et la France y jouit d'une excellente image. Les projets de construction sont en constante augmentation et le logement résidentiel représente 75 % du marché. On note également une tendance à l'occidentalisation de la consommation et de la décoration, avec une augmentation de la demande d'articles contemporains et originaux. Un marché que nos entreprises régionales s'emploient à capter.



SYNERGIES

LES VITICULTEURS DE LA RÉGION CENTRE EN FORCE SUR LE MARCHÉ MONDIAL !

Chaque année, CENTRECO-Centrexport organise une dizaine d'actions dans le domaine du vin, afin d'accompagner près de 150 viticulteurs, caves coopératives et négociants. En 2013, 11 opérations sont retenues dont, en juin prochain, VINEXPO Bordeaux ! En attendant, le mois de mars fut l'occasion pour nos viticulteurs de se rendre à l'étranger pour y présenter leurs vins.

69 viticulteurs de la région Centre au salon PROWEIN à Düsseldorf

Du jamais vu !

CENTRECO-Centrexport a accompagné, du 24 au 26 mars derniers, 69 viticulteurs de la région Centre sur le stand « Vins de Loire » espace interrégional avec la région Pays de la Loire à l'occasion du salon PROWEIN, salon international des vins et spiritueux de Düsseldorf. Si ce salon réunit régulièrement 40 à 60 viticulteurs de notre région chaque année, la participation en 2013 est exceptionnelle.

Le stand collectif « Vins de Loire » sur PROWEIN fut co-organisé par CENTRECO-Centrexport et la région des Pays de la Loire. Ce sont au total 119 viticulteurs de vins de Loire (39 viticulteurs des Pays de la Loire, 12 de Pouilly-sur-Loire et 68 de la région Centre) qui ont présenté aux 40 000 visiteurs professionnels de ce salon, 40 appellations des vins de Loire, 3^e vignoble AOC/AOP de France.

À l'export, les vins de notre région sont très majoritairement commercialisés en Europe avec la Grande-Bretagne, la Belgique et l'Allemagne comme principaux clients. L'Amérique du Nord est le 2^e marché export, les États-Unis étant par ailleurs le 2^e pays client export de nos vins régionaux. PROWEIN permet ainsi aux vins de notre région d'entretenir les liens avec les acheteurs européens mais aussi d'être en contact avec de très nombreux acheteurs du monde entier. En effet, l'édition 2013 de PROWEIN fut encore plus internationale qu'en 2012, avec des visiteurs professionnels de 50 pays différents, contre 45 en 2012. En outre, le salon a accueilli 500 exposants de plus que l'année dernière nécessitant l'ouverture de 2 halls supplémentaires.

PROWEIN en chiffres

4 500 exposants
50 pays représentés
40 000 visiteurs

OPÉRATION SÉDUCTION DES VINS DE LOIRE EN CHINE

Depuis plusieurs années, CENTRECO-Centrexport accompagne les viticulteurs régionaux sur le marché asiatique, au travers de grandes manifestations se déroulant à Hong Kong (VINEXPO Asia, Hong-Kong Wine Fair). Mais c'est la première fois, en 2013, que Centrexport débouche sur une opération de promotion des Vins de Loire en Chine intérieure, dans 3 villes situées du Nord au Sud de la partie orientale de ce vaste pays.

Durant cinq jours, 5 viticulteurs régionaux ont traversé la Chine pour aller à la rencontre

de centaines d'acheteurs professionnels de vins en Chine lors de mini-expositions organisées dans les villes de Dalian, Changsha et Shenzhen.

Chacune de ces villes offre des perspectives importantes en termes de volume mais différentes en termes de typicité de marchés.

Dalian est une ville portuaire dans le Nord-Est de la Chine. Le marché des vins produits à Dalian et des vins importés connaît une croissance très rapide, où la valeur annuelle des importations dépasse 6 milliards de dollars. Shenzhen est une ville dans le Sud-Est de la Chine, face à Hong-Kong. De cette proximité, elle obtient, en 1979, le statut de zone économique spéciale et devient l'un des principaux lieux d'expérimentation de la politique d'ouverture de la Chine aux investissements étrangers.

Changsha est une ville du Sud de la Chine, chef-lieu de la Province du Hunan. C'est aussi le centre industriel, culturel et de transport d'une riche région agricole, avec laquelle la Région Centre entretient depuis 1991 des relations de coopération. La mini-exposition qui s'y est tenue participe au développement de ces relations sur le volet Économie.

Madame MIALOT, présidente de CENTRECO, présente à cette manifestation, a pu promouvoir les vins de la région auprès des représentants du gouvernement de cette province de 67 millions d'habitants. Une province ouverte aux vins importés, dont les parts de marché augmentent de 10 % à 20 % par an, les vins français représentant 60 % des marques étrangères présentes.

Cette première opération itinérante fut un succès : plus de 800 professionnels chinois du vin ont été rencontrés lors des trois mini-expositions et les viticulteurs se montrent optimistes sur les débouchés à venir.

en chiffres

La Chine est le 14^e marché à l'export pour les Vins de Loire :

vins rouges et rosés de Loire : **68 %**
vins blancs : **30 %**
fines bulles : **2 %**



FOCUS sur... l'emballage

Maillon essentiel de la chaîne qui relie le producteur au consommateur, le packaging est aujourd'hui un instrument de vente incontournable. À l'occasion de la parution de son étude sur la filière Emballage-Conditionnement, CENTRECO fait le point sur ce secteur qui compte plus de 8 600 salariés en région Centre, chiffre qui place la région au 5^e rang national.

Un marché mondial de 540 milliards d'euros en 2010

Au niveau international, cette filière qui comprend la fabrication d'emballages, de machines d'emballage et le conditionnement à façon, représente un chiffre d'affaires de 540 milliards d'euros. Le marché de l'emballage connaît actuellement une croissance de l'ordre de 3 % par an, qui s'explique notamment par la demande soutenue des économies émergentes comme le Brésil ou l'Inde. Les États-Unis sont le premier producteur mondial d'emballages et concentrent plus d'un tiers du marché. Selon les experts du secteur, la Chine rattrapait cette place aux États-Unis dès 2017.

La France, 2^e producteur européen d'emballage

Forte de 132 000 emplois pour 3 574 établissements, la France est aujourd'hui le 2^e producteur européen d'emballages



© gemenacom - Fotolia.com

avec un chiffre d'affaires de 21,6 milliards d'€, juste derrière l'Allemagne. Largement tournée vers l'agroalimentaire, l'industrie française de l'emballage opère également pour les industries pharmaceutique et cosmétique. Les emballages en papier-carton et en plastique dominent le marché et concentrent près de 2/3 de la production française d'emballages.

La région Centre, 5^e région française pour l'emballage-conditionnement

La région Centre occupe une place de choix au sein de la filière nationale. Avec 231 établissements et 8 661 salariés, elle est, en effet, la 5^e région française en termes d'effectifs. L'activité se concentre dans les 3 départements les plus au nord de la région et surtout dans l'Eure-et-Loir qui regroupe un tiers des salariés de la filière. 2^e région française pour les activités de conditionnement derrière l'Île-de-France, la région Centre s'est véritablement spécialisée dans ces activités afin de répondre aux besoins de conditionnement des industries cosmétiques et pharmaceutiques, fortement présentes en région Centre. Dans la production de packaging, l'emballage plastique domine nettement : il concentre à lui seul 34,3 % des effectifs régionaux de la filière.

Des leaders internationaux présents en région

Essentiellement composée de PME de plus de 20 salariés, l'industrie régionale de l'emballage-conditionnement bénéficie de la présence de quelques leaders mondiaux dans leur domaine d'activité, comme



© Marzky Ragsac Jr. - Fotolia.com

SEALED AIR dans les films plastique pour emballages alimentaires, ou encore SMURFIT KAPPA pour les emballages à base de papier. Les groupes étrangers possèdent plus de la moitié des 10 plus grands établissements régionaux de l'emballage-conditionnement.

Une balance commerciale structurellement déficitaire

La filière Emballage-Conditionnement est une filière de proximité, souvent implantée au plus près de ses clients. Aussi, les échanges extérieurs d'emballages sont globalement peu développés (662 millions d'euros). La balance commerciale présente un solde déficitaire de plus de 108 millions d'euros en 2011. Ce solde s'explique notamment par l'importance des besoins d'emballages de notre région. La zone Europe est le premier partenaire commercial de la région pour l'emballage-conditionnement, avec 80 % des flux d'échanges (Importations + Exportations).

chiffres clés en région Centre

231 établissements

8 661 emplois (Pôle Emploi)

Ventes à l'export : 277 M€

Les principaux employeurs :

- Sealed Air (films plastique pour emballages alimentaires),
- Airsec (emballages plastique),
- DS Smith Packaging (emballages en carton ondulé)



Télécharger l'étude Centreco
"La filière Emballage-Conditionnement en région Centre"

SATECNO LEADER FRANÇAIS DU BLISTER

Qui soupçonnerait que dans le Perche vendômois, dans une charmante commune de 235 habitants, se niche depuis 34 ans la société de conditionnement SATECNO, leader national du « blister ». Ce mot anglais, désignant à l'origine les ampoules en verre à usage médical, pourrait se traduire aujourd'hui par « coque ». En France, très nombreux sont les produits de grande consommation emballés sous blister, et probablement un blister « SATECNO ».

Créée en 1973 en région parisienne, SATECNO a rapidement vu ses activités croître et ses ateliers devenir trop étroits. Ainsi, en 1979, les dirigeants de l'époque possédant une résidence secondaire à Fontaine Raoul, près de Vendôme dans le Loir-et-Cher, ont fait construire à quelques centaines de mètres de leur propriété, leur nouvelle usine. Depuis, SATECNO y poursuit sa croissance, passant de 1 000 m² d'ateliers à 10 000 m² et de 15 à 150 salariés.

« Le marché du blister est fortement développé en France et en Espagne, où la valorisation marketing du produit par l'emballage est forte. A contrario en Allemagne, les produits sont souvent exposés "nus" », nous confie Yves BRACHET, PDG de SATECNO. C'est principalement en France que SATECNO opère. La part de ses activités à l'export représente environ 15 % du chiffre d'affaires, réalisée essentiellement avec la Grande-Bretagne, la Belgique et la Suisse.

SATECNO poursuit sa croissance

Une croissance notamment portée par le positionnement de l'entreprise comme un

prestataire logistique et de « full service ». SATECNO conçoit les blisters, fabrique lui-même les moules, imprime les supports, conditionne les produits et distribue ces derniers parfois jusqu'au client final. Cette offre complète de services lui permet ainsi de réaliser des opérations express de production en 36 heures.

Investissant régulièrement dans l'automatisation, c'est surtout dans sa chaîne

d'impression que SATECNO a réalisé ses plus lourds investissements devenant depuis 2011 le 1^{er} site européen d'impression numérique en packaging !

Misant sur le courant d'externalisation du conditionnement par les entreprises, Yves BRACHET voit l'avenir de SATECNO sous des perspectives encourageantes.



HUARD CHARTRAIN EMBALLAGE DÉMARRE SON ACTIVITÉ À VIERZON

Depuis 1945, les emballages de CHARTRAIN puis de HUARD-CHARTRAIN se dessinaient, se concevaient et étaient produits à Bourges. Cela n'est plus depuis ce mois d'avril 2013 où la nouvelle usine de Vierzon a démarré la production d'emballages composites. Une autre usine à Méreau (Cher) produit les emballages en d'autres matériaux.

Parler d'emballages pour définir HUARD-CHARTRAIN est incomplet. « Nous sommes des concepteurs de solutions logistiques », nous confie Patrice DUMONTEL, le directeur commercial. HUARD-CHARTRAIN est une filiale de HUARD-ADAM, une société de tôlerie-chaudronnerie d'Amboise qui réalise des pièces spécifiques pour l'aéronautique, le spatial, l'armement, le médical ou encore le ferroviaire. Ces pièces très sensibles nécessitent un conditionnement spécifique pour les préserver et les protéger durant le transport. Aussi, désireux d'agir sur l'ensemble de la prestation, HUARD-ADAM profita de l'opportunité du rachat de la société CHARTRAIN, en 2007, jusqu'alors un de ses fournisseurs en emballages techniques.



Au fil des années, HUARD-CHARTRAIN a transféré l'ensemble des activités CHARTRAIN de Bourges dans deux nouvelles usines : en 2010 à Méreau près de Vierzon, pour la production des emballages techniques en bois, carton et plastique ; l'autre en 2013 à Vierzon pour les emballages techniques en matériaux composites et mousse. Au total, HUARD-CHARTRAIN représente 45 salariés pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 3,5 millions €.

« Nos emballages sont conçus et adaptés à chaque produit auquel ils sont destinés. Nous faisons du sur-mesure pour assurer la parfaite résistance aux chocs, au ballottage du transport, aux contraintes mécaniques que peut subir le produit. Nous intégrons également dans notre démarche le recyclage de l'emballage », précise Patrice DUMONTEL.

À l'international, HUARD-CHARTRAIN est très peu présent mais l'ambition est claire « nous visons 20 % de chiffre d'affaires dans les prochaines années », déclare Patrice DUMONTEL. Un objectif que certains clients de Huard-Chartrain accompagnent en encourageant l'entreprise à les suivre à l'export. Des pistes en Inde sont d'ores et déjà à l'étude.

CENTREXPORT 2013 LE PROGRAMME

■ en partenariat avec UBIFRANCE

● en partenariat avec SOPEXA

▼ salon ouvert aux inscriptions

MACHINES, ÉQUIPEMENTS ET FOURNITURES POUR L'AGRICULTURE ET LES INDUSTRIES ALIMENTAIRES

✓ **SIPSA AGRISIME** ■ ▼

Salon international de l'élevage des produits vétérinaires et du machinisme agricole

Alger (Algérie) - 15-18 mai / Annuel

✓ **AGRO SHOW** ● nouveau ■ ▼

Salon des machines et matériels agricoles

Bednary (Pologne) - 21-24 septembre / Annuel

ÉNERGIE - ENVIRONNEMENT - CHIMIE

✓ **POLLUTEC MAROC** ■ ▼

Salon international des équipements, des technologies et des services de l'environnement

Casablanca (Maroc)

Octobre / Annuel

✓ **POLLUTEC HORIZONS** ▼

Salon international des équipements, des technologies et des services de l'environnement pour l'industrie et les collectivités locales

Paris-Nord Villepinte (France)

3-6 décembre / Annuel

PRODUITS ET FILIÈRES ALIMENTAIRES

✓ **PLMA'S WORLD OF PRIVATE LABEL** ●

Salon international de la marque distributeur

Amsterdam (Pays-Bas)

28-29 mai / Annuel

✓ **ANUGA** ● ▼

Salon international de l'agro-alimentaire

Cologne (Allemagne)

5-9 octobre / Biennal

✓ **NATEXPO** ● nouveau ▼

Salon des produits biologiques, diététiques et écologiques

Paris-Nord Villepinte (France)

20-22 octobre / Biennal

✓ **FOOD AND HOTEL CHINA** ■ ▼

● nouveau

Salon professionnel international de l'alimentation, du vin, du commerce de détail et de l'hôtellerie

Shanghai (Chine)

Novembre / Annuel

En partenariat avec la région des Pays-de-la-Loire

VINS, SPIRITUEUX, BOISSONS

✓ **PROWINE CHINA** ● nouveau ■ ▼

Salon international des vins et spiritueux

Shanghai (Chine)

13-15 novembre

En partenariat avec UBIFRANCE

✓ **LONDON INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS FAIR** ●

Salon international des vins et spiritueux

Londres (GB) / 20-22 mai / Annuel

En partenariat avec la région

des Pays-de-la-Loire

✓ **VINEXPO**

Salon international des vins et spiritueux

Bordeaux (France) / 16-20 juin / Biennal

En partenariat avec la région

des Pays-de-la-Loire

✓ **MINI-EXPOSITIONS**

VINS DE LOIRE ■ ▼

Mini-exposition itinérante en Russie en partenariat avec les interprofessions des vins de Loire, le Service de Promotion des Pays de la Loire (SPPL) et UBIFRANCE, permettant de présenter aux acheteurs russes la gamme des vins de Loire.

Moscou (Russie)

23-25 octobre

En partenariat avec la région

des Pays-de-la-Loire

✓ **HONG KONG INTERNATIONAL**

WINE FAIR ● ▼

Salon international des vins et spiritueux

Hong-Kong

7-9 novembre / Annuel

En partenariat avec la région

des Pays-de-la-Loire

INDUSTRIE, AÉRONAUTIQUE, SOUS-TRAITANCE - BIENS D'ÉQUIPEMENTS - MÉCANIQUE

✓ **SALON INTERNATIONAL DE L'AÉRONAUTIQUE ET DE L'ESPACE**

17-23 juin / biennal

Paris-Le Bourget (France)

En partenariat avec Aérocentre, PICF et

la région des Pays-de-la-Loire

✓ **MIDEST** ▼

Salon international de la sous-traitance

Paris-Nord Villepinte (France)

19-22 novembre / Annuel

En partenariat avec le PICF



Mini-exposition vins de Loire

BÂTIMENT, DÉCORATION, TOURISME, HÔTELLERIE

✓ **RENCONTRES PRESCRIPTEURS** ■ ▼

ALLEMANDS DÉCORATION INTÉRIEURE

À l'occasion du salon Maison&Objet

Région Centre et Paris - septembre

BIOTECHNOLOGIES, COSMÉTIQUES, SANTÉ

✓ **BEYOND BEAUTY PARIS** ▼

Salon International de la Cosmétique

Paris (France) - 9-11 septembre

✓ **COSMOPROF ASIA** ■ ▼

Salon International de la cosmétique

Hong-Kong (Chine) - 13-15 novembre

✓ **RENCONTRES D'ACHETEURS** ■ ▼

CORÉENS SECTEUR COSMETIQUE

Journées de rencontres avec des professionnels coréens du secteur de la cosmétique

Séoul (Corée) - 17-19 novembre

SANTÉ, ÉQUIPEMENT MÉDICAL, PHARMACIE

✓ **MEDICA-COMPAMED** ▼

Salon international de la médecine et de l'hôpital

Düsseldorf (Allemagne) - 20-23 novembre



SIAE

+ ÇA VOGUE POUR SILLINGER

La société Sillinger, fabricant de bateaux pneumatiques et semi-rigides à Mer (Loir-et-Cher) a décroché début 2013 un important marché auprès de la marine libyenne. Cette filiale du groupe industriel familial Marck, très présent dans la fabrication d'équipements militaires, va fournir 50 embarcations rapides de toute taille dont le dernier-né du chantier, une embarcation de 12 mètres possédant des équipements embarqués de haute technologie. Une belle opération à l'export pour Sillinger qui réalise 60 % de ses ventes à l'international.



+ SPINCONTROL s'adresse aux Indonésiens



Le laboratoire tourangeau de tests de produits de beauté, SPINCONTROL, ouvre en 2013 un nouveau laboratoire à Djakarta (Indonésie) venant compléter les installations établies à Bangkok, Montréal et Bombay. SPINCONTROL

réalise des tests de produits cosmétiques notamment sur des volontaires. Or, les peaux orientales ne réagissent pas de la manière que les peaux occidentales, d'où la nécessité pour SPINCONTROL d'être au plus près des populations visées par tel ou tel produit cosmétique. Ainsi, la société qui emploie 120 personnes possède aujourd'hui un panel international de 20 000 volontaires à travers le monde.



+ ART ET FLORITUDE GRANDIT À L'EXPORT

Art et Floritude est une entreprise artisanale qui perpétue un savoir-faire français du 18^e siècle : la fabrication du lustre en fer forgé orné de feuillages et fleurs en porcelaine. Ses lustres décorent aujourd'hui le restaurant d'Alain Ducasse à Londres, l'hôtel Hermitage à Monaco ou encore le Waldorf Astoria d'Abu Dhabi. Réalisant 50 % de son activité à l'export, Art et Floritude, qui a ouvert, il y a 5 ans, une filiale aux USA, connaît une forte croissance qui lui fait doubler, d'ici la fin de l'été 2013, son atelier de production de Beaulieu-sur-Loire (Loiret).

+ Le Brésil, nouveau théâtre de décors pour Marie Carrele Décor

La TPE de Tremblay-les-Villages (Eure-et-Loir), forte de ses 6 salariés et de son savoir-faire dans la décoration à base de panneaux de bois, s'attaque au marché brésilien. Et l'audace semble payer. Après une participation remarquée à un salon professionnel au Brésil, où l'entreprise a reçu 2 prix (Créativité de l'ambiance et Qualité technique), cette dernière s'implante dans une petite ville du Nord du Brésil, Sao Luis. Là, elle dispose d'un entrepôt, d'un show-room et d'un sous-traitant pour la fabrication des produits destinés au marché brésilien. Avec la prochaine Coupe du monde de football au Brésil, Marie Carrele Décor négocie avec Accor la décoration de ses hôtels.

